

eleganten und hübschen Damen« auf Haut-Creme-Anzeigen und möchte lieber Beispiele aus dem täglichen Leben, denn sie meint, es gäbe nur wenig Kolleginnen ihres Geschlechts, die so beschränkt seien, anzunehmen, daß sie durch eine Hautcreme oder ein Haarpflegemittel so hübsch werden könnten wie die »Inseratgestalten«. Auch sie hat doch wohl nicht unrecht. Es ist sehr aufschlußreich, daß gerade die Damen die geleckten Puppengesichter ablehnen. Die Reklamekitschfabrikanten haben sich, wenn sie den Mist, den sie unters Volk brachten, verteidigen mußten, meistens auf den Geschmack der Frau berufen. Nun erweist es sich, daß es nicht der Geschmack der Frau ist, den sie treffen, sondern der Herren Kitschfabrikanten eigener Ungeschmack. — Man erhält bei diesem interessanten Preisausschreiben den Eindruck, als ob die Frauen ehrlicher ihre wahre Meinung geäußert hätten. Die Herren der Schöpfung schielten bei ihren Urteilen zu sehr nach den ausgesetzten Preisen. Bezeichnend ist auch, daß das weibliche Geschlecht in diesen Briefen viel kritischer ist als das männliche. Sicherlich kein Zufall.

*Eine Stunde Druckgestaltung. Von Jan Tschichold. Akademischer Verlag Dr. F. Wedekind & Co., Stuttgart.* Jan Tschichold hat Gesinnung und klare, zielbewußte Richtung. In seiner Druck-sachgestaltung ist der Zweck die oberste Norm. In diesem kämpferischen Buche stellt er Beispielen bisheriger Typographie Beispiele neuer Typographie gegenüber. Die »alte« Typographie kritisiert er scharf und mit dem geübten Auge (und dem Wissen) des Fachmannes. Bei der Vorführung der neuen, konstruktivistischen Druckgestaltung ist er allerdings Partei. Die erschreckende Lange-weile, die er einem Prospektumschlag aus der Vor-kriegszeit vorwirft, gilt auch für viele Erzeug-nisse der neuen Typographie. Aber das gesteht Tschichold leider nicht ein. Schlecht und falsch ist bei ihm immer nur das »Alte«. Und doch gibt es auch in »bisheriger« Druckgestaltung sachliche und schöne Leistungen in Hülle und Fülle, die jeden Vergleich mit der konstruktivistischen Typo-graphie aushalten. Warum veröffentlicht Tschichold unter den Gegenüberstellungen keine Spitzen-leistungen des Bisherigen? Sind ihm die Schrift-musterhefte unserer Schriftgießereien, die muster-haften Werbeschriften vieler Buchdruckereien un-bekannt? Oder hat er etwa das Gefühl, daß bei einer unparteiischen Gegenüberstellung die kon-struktivistische Richtung doch immer noch schlecht abschnitte? Der kühne Neuerer darf ja Partei sein

und in ehrlichem Fanatismus alles anders Geartete ablehnen, aber zu einer vorurteilsfreien Würdigung kommt man dabei nicht. Wir wollen nicht in Tschicholds Fehler verfallen, und wir bezeugen darum gerne, daß der Anschauungsunterricht seines schönen Buches überaus lehrreich und an-regend ist, und daß eine Fülle gut gelungener Beispiele neuer Typographie darin zu finden sind. Das Buch enthält 120 Abbildungen, wovon viele mehrfarbig sind und kostet nur 7,50 Mark.

*Brüder Luckhardt. Zur neuen Wohnform. Bau-welt-Verlag, Berlin SW 68.* Neue Typographie und neue Wohnform haben das Konstruktive gemein-sam (bei der neuen Typographie sagt man be-zeichnend genug: konstruktivistisch). Die neue architektonische Gestaltung entspringt jedoch nicht dem Suchen nach einem neuen Stil, sondern sie ist zum größten Teil in der Not unserer Zeit begründet. Die Welt ist verarmt. Prunkbauten sind unpassend geworden. Wenn gebaut wird, so muß so einfach und rationell wie möglich gebaut werden. Daher die glatten Wände ohne Gesimse, das Fehlen jeder Verzierung. Der Reiz der Bauweise liegt in der Konstruktion und in der eigen-artigen Anwendung des Materials. Der neue Bau-stil ist nicht mehr bloß eine Frage der Ästhetik. Daß aber das Schöne trotzdem dabei nicht aus-geschaltet zu werden braucht, beweisen die uns in diesem Buche vorgeführten Neubauten und geplanten Siedlungen. Anordnung und Druck sind allerdings an der sehr vorteilhaften Präsentierung der neuen Bauform stark beteiligt. Das Buch ist mit verhältnismäßig einfachen Mitteln erstaunlich raffiniert ausgestattet.

Tr. Sch.



Durch ein besonderes Zeichen, das von dem Berliner Graphiker Werner Kleinhempel entworfen wurde, werden sich in Zukunft die Mitglieder des Fachbundes der Werbeschriftsteller im Deutschen Reklame-Verband kenntlich machen. Wer Mitarbeiter für Anfertigung von Werbetexten sucht, erhält das Mitgliederverzeichnis vom Fachbund der Werbeschriftsteller im Deutschen Reklame-Verband E.V., Berlin W 35, Potsdamer Straße 105a.

*Radio. Eine neue werbewirksame Schrift der H. Berthold A. G. Berlin. Verlag: Schriftgießerei H. Berthold, Berlin.* Aus dieser Mustermappe erkennt man ohne weiteres die besonderen Verwendungs-möglichkeiten der Radio. Sie ist eine Auszeichnungsschrift von kühler Eindringlichkeit. Manche Formen wie das große S, das K und das G